

PELINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MEREK ATAS LOGO *SM ENTERTAINMENT* SEBAGAI MEREK INTERNASIONAL DALAM PENJUALAN MERCHANDISE PALSU MELALUI *E-COMMERCE*

Oleh:

Yesy Bahktiara¹ dan Dina W. Kariodimedjo²

INTISARI

Penelitian hukum ini bertujuan untuk mengetahui pelindungan hukum hak merek atas logo *SM Entertainment* sebagai merek internasional dalam penjualan *merchandise* palsu melalui *e-commerce* di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis dan untuk mengetahui peranan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam mencegah pelanggaran merek internasional.

Jenis penelitian dalam penulisan hukum ini berupa penelitian normatif-empiris. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara wawancara kepada responden dan narasumber serta data sekunder yang diperoleh dengan cara studi dokumen. Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan metode kualitatif yang disajikan secara deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tanpa izin logo *SM Entertainment* yang telah terdaftar sebagai merek dalam penjualan *merchandise* palsu yang merupakan barang sejenis termasuk dalam kategori pelanggaran merek dan penggunaan tanpa izin logo *SM Entertainment* untuk penjualan pakaian bukan merupakan pelanggaran merek dikarenakan *SM Entertainment* belum memenuhi kriteria sebagai merek terkenal. Selanjutnya pelindungan hukum hak merek atas logo *SM Entertainment* dapat berupa pelindungan hukum represif dengan cara melakukan gugatan maupun delik pidana berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Peranan yang dilakukan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam mencegah pelanggaran merek internasional yaitu dengan cara penolakan permohonan pendaftaran merek yang sudah terdaftar sebagai merek internasional dan diseminasi terkait pelanggaran merek serta konsekuensi hukumnya kepada seluruh masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Pelindungan Hukum; Hak Atas Merek; Logo; *SM Entertainment*; Merek Internasional; Pelanggaran Merek.

¹ Mahasiswi S1 Departemen Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

² Dosen Departemen Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada.

**LEGAL PROTECTION OF TRADEMARK RIGHT OF SM
ENTERTAINMENT'S LOGO AS INTERNATIONAL MARKS IN FAKE
MERCHANDISE SALES THROUGH E-COMMERCE**

By:

Yesy Bahktiara¹ dan Dina W. Kariodimedjo²

ABSTRACT

The purpose of this legal research is to understand legal protection on trademark of SM Entertainment's logo as international trademark in fake merchandise sales through e-commerce in Indonesia pursuant to Law Number 20 of 2016 Concerning Trademarks and Geographical Indications and to understand the role of the Directorate General of Intellectual Property in preventing international trademark infringement.

This research used a normative-empirical legal research. The types of data used in this research are primary data obtained from interviews with respondent and interviewees while secondary data obtained from documentation method. The results of this research were analyzed using the qualitative method.

Based on the results of research shows that the use without permission of the SM Entertainment's logo which has been registered as a trademark in the sales of fake merchandise which is similar item is included in the trademark infringement and the use without permission of the SM Entertainment's logo for the sale of clothing is not trademark infringement because SM Entertainment is not fulfill the criteria as a well-known trademark. Furthermore, legal protection of trademark right of SM Entertainment's logo can be in the form of repressive legal protection by doing a lawsuit or criminal offense based on the provisions of Law Number 20 of 2016 Concerning Trademarks and Geographical Indications. The role played by Directorate General of Intellectual Property in preventing international trademark infringement is by rejecting applications for registration of trademarks that have been registered as international trademark and dissemination of trademark infringement and legal consequences of it to all Indonesian people.

Keywords: *Legal Protection; Trademark Right; Logo; SM Entertainment; International Trademark; Trademark Infringement.*

¹ Student of Bachelor of Law Program, Department of Business Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.

² Lecturer of Department of Business Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada.